

PUBLIC RELATIONS DAN MEDIA RELATIONS
**(Studi Deskriptif Kualitatif Strategi *Media Relations* Sebagai Upaya
Meningkatkan Citra Positif Hotel Ibis Solo)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Guna Mencapai Derajat Sarjana S-1

Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

Wahid Faysal Hakim

L 100080115

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2013

PERSETUJUAN

PUBLIC RELATIONS DAN MEDIA RELATIONS

(Studi Deskriptif Kualitatif Strategi *Media Relations* Sebagai Upaya
Meningkatkan Citra Positif Hotel Ibis Solo)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

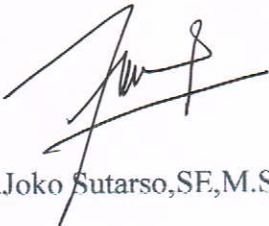
Wahid Faysal Hakim

L 100080115

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan tim penguji skripsi,
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika,
Universitas Muhammadiyah Surakarta.

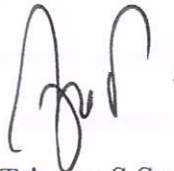
Surakarta,

Pembimbing I



Drs. Joko Sutarmo, SE, M.Si

Pembimbing II



Agus Triyono S.Sos, MSI

PENGESAHAN

SKRIPSI

PUBLIC RELATIONS DAN MEDIA RELATIONS (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi *Media Relations* Sebagai Upaya Meningkatkan Citra Positif Hotel Ibis Solo)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Wahid Faysal Hakim

L 100080115

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji

Pada Tanggal

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat mendapatkan gelar S-1.

Susunan Dewan Penguji:

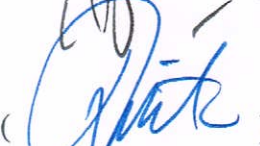
1. Drs.Joko Sutarso,SE,M.Si

()

2. Agus Triyono M.Sos, Msi

()

3. Ika Damayanti M.I.Kom

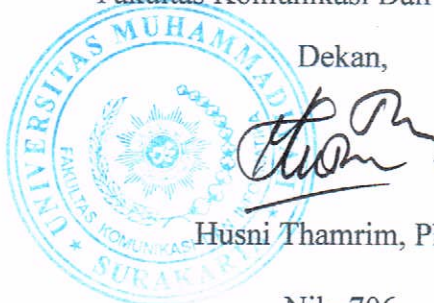
()

Surakarta,

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Komunikasi Dan Informatika

Dekan,



Husni Thamrim, Ph. D

Nik. 706

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diberitakan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata kelak di kemudian hari ada ketidakbenaran dalam pernyataan sayadi atas, maka saya bertanggungjawab sepenuhnya bersedia menerima sanksi yang diberikan.

Surakarta, Oktober 2013



Wahid Faysal Hakim

L100 080 115

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah nasib seseorang kecuali mereka sendiri
yang merubahnya” (Ar-ra'd:11)

“Sukses adalah hak setiap orang”

“Yakin bisa, harus bisa, pasti bisa”

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada:

Bapak dan ibu tercinta

Seluruh keluarga

Sahabat-sahabatku tercinta

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang maha kuasa atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sepanjang perjalanan penyusunan hingga terselesainya skripsi ini.

Dalam proses penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan dan dukungan beberapa pihak. Untuk itu saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berjasa membantu penulis dalam menyusun skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Drs.Joko Sutarso,SE,M.Si selaku dosen pembimbing I skripsi yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Agus Triyono S.Sos, MSi selaku dosen pembimbing II skripsi yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Husni Thamrin, Ph.D selaku Dekan Fakultas Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Rinasari Kusuma, M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Kekurangan datangnya dari manusia dan kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Penulisan skripsi ini tidak luput dari kekurangan dan kesalahan. Saran dan kritik yang membangun diharapkan untuk kemajuan dan kesempurnaa. Semoga karya kecil ini dapat berguna bagi penulis dan pembaca.

Surakarta,
Penulis

Wahid Faysal Hakim

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Landasan Teori	10
1. Penelitian Terdahulu.....	10
2. Komunikasi.....	11
3. <i>Public Relations</i>	13
4. <i>Media Relations</i>	17
5. Citra	30
F. Kerangka Pemikiran	34
G. Metode Penelitian.....	36
1. Jenis Penelitian.....	36
2. Objek Penelitian & Lokasi	37
3. Jenis Data	37
4. Teknik Pengumpulan Data.....	38
5. Teknik Penentuan Informan.....	40
6. Validitas Data.....	41
7. Analisis Data	42

BAB II DISKRIPSI LOKASI

Sejarah Perusahaan.....	45
1. Sejarah Singkat Pembangunan Accor	45
2. Sejarah Hotel Ibis Solo.....	46
3. Departemen ibis Hotel.....	51

BAB III PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Identitas Informan	54
B. Latar Belakang Kegiatan <i>Media Relations</i> Hotel Ibis Solo	55
a. Kedudukan <i>Public Relations</i> di dalam media massa	56
b. Faktor Kegiatan <i>Media Relations</i> hotel Ibis Solo	60
c. Konsep Kegiatan dan Strategi yang Dilakukan Hotel Ibis Solo melalui <i>Media Relations</i>	62
d. Pemilihan Media yang Dilakukan dalam <i>Media Relations</i>	66
C. Kegiatan dan pelaksanaan <i>Media Relations</i>	68
a. Kegiatan <i>Media Relations</i> yang dilakukan Hotel Ibis Solo	68
b. Pelaksanaan <i>Media Relations</i> hotel Ibis Solo	74
D. Pembinaan hubungan dan Hambatan dalam <i>Media Relations</i>	75
a. Pembinaan hubungan yang dilakukan antara <i>Public Relations</i> dengan media	75
b. Hambatan membangun <i>Media Relations</i> hotel Ibis Solo.....	81
E. Tanggapan wartawan mengenai <i>Media Relations</i> Hotel	83
1. Kepentingan terhadap profesi masing-masing	84
2. Kualitas materi informasi	87

3. Hubungan yang terjalin antara divisi <i>Public Relations</i> dengan wartawan	89
4. Citra yang terbentuk dari kegiatan <i>Media Relations</i>	90
5. Saran dan kritik wartawan dalam kegiatan <i>Media Relations</i>	91

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	93
B. Saran.....	94

DAFTAR PUSTAKA.....	95
---------------------	----

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Daftar Kamar Hotel Ibis.....	47
Tabel 2.1 Tipe <i>Meeting Room</i>	50
Tabel 3.1 Perbedaan media cetak dan media elektronik.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Arus Komunikasi Dalam <i>Media Relations</i>	18
Gambar 1.2 Pertentangan dan PERBEDAAN antara Fungsi dan tugas	24
Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 1.4 Model Analisis Data.....	43
Gambar 3.1 Prosesnya Komunikasi <i>Media Relations</i> Hotel Ibis Solo	59
Gambar 3.2 <i>Press Release</i> Hotel Ibis.....	70
Gambar 3.3 <i>Media Visit</i> Hotel Ibis	71
Gambar 3.4 <i>Media Gathering</i> Hotel Ibis	72

ABTRAKS

Wahid Faysal Hakim, L100080115, *PUBLIC RELATIONS DAN MEDIA RELATIONS* (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi *Media Relations* Sebagai Upaya Meningkatkan Citra Positif Hotel Ibis Solo). Skripsi (S-1), Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2013.

Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa perhotelan, hotel Ibis Solo senantiasa berusaha untuk mencapai visi misi yang diharapkan demi sebuah tujuan untuk memberikan pelayanan terbaik. Demi keberlangsungan aktivitas perhotelan, maka perlu komunikasi yang terjalin dengan publik yang ada. Penyampaian berupa informasi yang dilakukan oleh praktisi *public relations* tidak lain untuk meningkatkan citra positif hotel Ibis Solo. PR hotel Ibis Solo dengan bantuan media massa maka informasi akan tersebar luas dan akan memberikan pengaruh yang signifikan dalam pembentukan opini. Karena dalam perkembangannya saat ini, media massa sangat terbuka dengan semua kalangan, baik individu ataupun kelompok.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui strategi yang dijalankan hotel Ibis Solo dalam kegiatan media relations serta melihat tanggapan wartawan tentang pelaksanaannya. Metode yang digunakan ialah deskriptif kualitatif, dalam hal ini peneliti menggambarkan kegiatan yang terjadi berdasar fakta dan data yang diperoleh melalui wawancara (*interview*) dengan informan, observasi dan dokumentasi. Penentuan informan dengan menggunakan *Purposive Sampling*, serta menggunakan teknik analisis data dengan tiga tahapan awal, ketiga tahapan tersebut adalah *Open Coding*, *Axial Coding*, dan *Selective Coding*.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa beberapa hal yang diperlukan dalam *media relations* adalah *good will*, *trust*, dan keterbukaan. Bentuk kegiatan *media relations* yang dilakukan hotel Ibis solo meliputi *pressrelease*, *media gathering*, *press conference*, *media visit*. Strategi dan pendekatan *media relations* yang diterapkan PR hotel Ibis yaitu senantiasa menjalin hubungan kedekatan personal dengan insan media terutama para wartawan, yakni melalui telepon atau pun sms, dan menggunakan jejaring *social facebook* atau pun *whatapp*, serta menjalin hubungan secara terus-menerus dan berkelanjutan, selain itu juga memberikan kemudahan dan keterbukaan akan informasi dalam setiap peliputan serta menyediakan fasilitas bagi rekan media.

Kata kunci: *Public Relations*, *Media Relations* dan Citra